

10 Fitmacher für den Wettbewerb

BUNDESRECHTSANWALTSKAMMER

ANWÄLTE MIT RECHT IM MARKT
WWW.ANWAELTE-IM-MARKT.DE



Vorwort

Liebe Kolleginnen und Kollegen, dass die Anwaltschaft vor großen Herausforderungen steht, ist nichts Neues. Aber der Handlungsdruck wächst. Die zunehmende Öffnung des Rechtsberatungsmarktes macht umgehendes Handeln nötig – für die Anwaltschaft als Ganzes und für jeden einzelnen Anwalt. Der selbstbewusst formulierte Anspruch „Anwälte – mit Recht im Markt" muss auch in Zukunft immer wieder neu bekräftigt und bewiesen werden. Als unabhängige, verschwiegene und loyale Berater des Mandanten in allen Rechtsfragen grenzen sich die Anwälte dabei positiv von der nichtanwaltlichen Konkurrenz ab. Diese Markenzeichen müssen daher stärker gegenüber den Mandanten kommuniziert werden.

Denn angesichts der neuen Konkurrenz im Rechtsberatungsmarkt können die Mandanten es sich leisten, anspruchsvoll und wählerisch zu sein. Deshalb erfordert die Marktöffnung von den Anwälten ein Umdenken. Viel mehr noch als bisher müssen sie sich als Dienstleister des Mandanten positionieren und die Beratung noch konsequenter an den Anforderungen des Mandanten ausrichten. Dieses Verständnis des Anwalts als moderner Dienstleister ist kein Widerspruch zu seiner Stellung als unabhängiges Organ der Rechtspflege. Vielmehr bedingen und ergänzen sich beide Positionen: deshalb die Initiative „Anwälte – mit Recht im Markt".

Die Mandanten erwarten kompetente Beratung auf dem fachlich neuesten Stand. Deshalb ist regelmäßige Fortbildung eine der wichtigsten Voraussetzungen für den dauerhaften Erfolg als Anwalt. Zunehmend qualifizieren sich Anwälte daher auch als Fachanwalt. Mandanten erwarten aber zusätzlich zur fachlichen Expertise auch, so das Ergebnis einer Studie der BRAK zum Image der Anwälte, eine klare Preisgestaltung, transparente Beratungsabläufe und eine verständliche Sprache im Mandantengespräch. Hier bestehen oft noch Hürden, die die Mandanten vom Gang zum Anwalt abhalten. Diese Hürden gilt es abzubauen, um die eigene Position im Wettbewerb zu stärken.

Die „10 Fitmacher" sollen Ihnen als Anwalt erste Denkanstöße vermitteln, wie Sie Ihre Kanzlei auf den Wettbewerb einstellen können. Die Anwaltschaft ist vielfältig und facettenreich. Schon daher werden sich nicht alle Anregungen in allen Kanzleien eins zu eins umsetzen lassen. Mit den einfachen und in der Regel schnell umzusetzenden Anregungen können aber die ersten Schritte auf dem Weg zur Stärkung der Kanzlei durchdacht werden. Die Bundesrechtsanwaltskammer will Sie dabei ermuntern, sich frühzeitig auf den zunehmenden Wettbewerb vorzubereiten. Denn Anwälte, die diesen Weg gehen, tragen zur eigenen nachhaltigen Kanzleientwicklung und zu einer nachhaltigen Stärkung der Anwaltschaft als Ganzes bei.

Dr. Bernhard Dombek
Präsident

Dr. Ulrich Scharf
Vizepräsident und
Pressesprecher

Machen Sie sich fit!

Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen zehn konkrete Anregungen vor, mit denen Sie Ihre Kanzlei auf den Wettbewerb einstellen können. Viele davon lassen sich sehr schnell, alle in der Regel innerhalb weniger Monate realisieren.

Die „10 Fitmacher“ sollen dokumentieren, dass die Vorbereitung auf den Wettbewerb bereits mit kleinen Schritten begonnen werden kann. Klar ist: Auch hierfür werden Sie sich Zeit nehmen müssen. Trotz Aktenbergen, Fristen und ohnehin langen Arbeitszeiten sollten Sie sich diese Zeit nehmen, um Ihre Kanzlei kritisch zu analysieren, eigene Schritte zu planen und umzusetzen. Diese Zeit ist eine lohnende und notwendige Investition in die Zukunftsfähigkeit Ihrer Kanzlei – auch im Sinne Ihrer Mandanten.

Je nach Ausrichtung und derzeitiger Situation sind sicherlich nicht alle Fitmacher für alle Kanzleien gleich geeignet. Aber die zehn ausgewählten Ideen orientieren sich an einem Grundprinzip, das für alle Kanzleien gleichermaßen gilt: Je besser Sie sich als Anwalt auf die Bedürfnisse Ihres Marktes und Ihrer Mandanten einstellen, desto sicherer ist Ihre Position im Wettbewerb.

Jeder Fitmacher schlägt Ihnen daher eine konkrete Aktion vor, deren Umsetzung einen sichtbaren Erfolg für Sie und Ihre Kanzlei verspricht. Weitere Informationen und Materialien zur Umsetzung finden Sie dazu jeweils auf der Website www.anwaelte-im-markt.de.



Die „10 Fitmacher“ sind nur der Anfang eines Prozesses der inneren Stärkung, den Sie mit Ihrer Kanzlei starten müssen. Umfassendere Praxis-Anleitungen finden Sie in den Leitfäden „Kanzleistrategie“, „PR & Werbung“ sowie „Mandantenbindung & Mandantenakquise“, die die BRAK im Rahmen der Initiative veröffentlicht. Informationen hierzu erhalten Sie am Ende dieser Broschüre oder unter www.anwaelte-im-markt.de

1. Definieren Sie ein strategisches Kanzleiziel!

Je intensiver der Wettbewerb von innen und außen, desto wichtiger eine präzise strategische Ausrichtung für Ihre Kanzlei. Denn nur mit einer klaren Strategie entwickeln Sie ein eindeutiges Profil im Markt. So heben Sie sich von der Konkurrenz ab. Durch Spezialisierung können Sie effizienter und profitabler arbeiten und gewinnen als anwaltlicher Berater an Glaubwürdigkeit. Und nur so bleiben Sie für Mandanten attraktiv, die es sich angesichts der großen Konkurrenz zunehmend leisten können, wählerisch zu sein: Anspruchsvolle Mandanten suchen nicht einfach einen Anwalt. Sie suchen immer mehr den Berater, der ihr Problem fachlich am besten löst.

Definieren Sie ein strategisches Ziel für Ihre Kanzlei! **Wo soll Ihre Kanzlei in fünf Jahren stehen? Wer sollen die Mandantengruppen sein, die Sie ansprechen? Für welches Tätigkeitsfeld oder welche Dienstleistungen soll Ihre Kanzlei künftig bekannt sein? Was wollen Sie anders machen als die Konkurrenz? Wie groß soll Ihre Kanzlei sein? Wo soll Ihr Kanzleistandort sein, und in welchem Umfeld soll Ihre Kanzlei bekannt sein? Planen Sie die Schritte, um dieses Kanzleiziel zu erreichen: Wie akquirieren Sie potenzielle Mandanten in der gewählten Zielgruppe? Gibt es Mandate, auf die Sie verzichten sollten? Welche Bedürfnisse nach (außergerichtlicher) Rechtsberatung müssen Sie zukünftig erfüllen? Welche Kompetenzen müssen Sie durch Fortbildung oder neue Mitarbeiter entwickeln?**

Unter **www.anwaelte-im-markt.de/fitmacher1** finden Sie einen Fragenkatalog, der Ihnen hilft, das Kanzleiziel zu definieren. Dort können Sie auch den Leitfaden „Kanzleistrategie“ bestellen. Er bietet eine umfangreiche Anleitung, wie Sie das Profil Ihrer Kanzlei analysieren und weiterentwickeln können.

2. Planen Sie Ihre Fortbildung!

Die hohe Qualität der juristischen Ausbildung ist eines der wichtigsten Gütesiegel der Anwälte im Wettbewerb. Angesichts der neuen nicht-anwaltlichen Konkurrenz im Markt müssen Anwälte auch weiterhin durch diese Qualität überzeugen – nicht durch den Preis. Dies erfordert eine regelmäßige Investition in das eigene Wissen. Denn mit dem Examen ist das Lernen nicht abgeschlossen. Gesetze und Rechtsprechung entwickeln sich ständig weiter. Und die Mandanten vertrauen auf Ihre Qualifikation. Nur durch regelmäßige Fortbildung können Sie dieses Vertrauen langfristig erhalten. Und nur wer sich fortbildet, bleibt auch weiterhin mit Recht im Markt.

Stellen Sie Ihren persönlichen Fortbildungsplan auf! **Wo sehen Sie Ihre Kernkompetenzen? Wie können Sie diese durch Fortbildung stärken? In welchen Bereichen wollen Sie sich weiterentwickeln, um Ihr langfristiges Kanzleiziel zu erreichen? Überlegen Sie sich auch, wie Sie mit Ihrer Fortbildung gegenüber den Mandanten werben können.**

Unter **www.anwaelte-im-markt.de/fitmacher2** finden Sie eine Liste mit Links zu Fortbildungsinstituten der organisierten Anwaltschaft.

3. Unterstützen Sie die Mund-zu-Mund-Propaganda!

Eine wichtige Quelle neuer Mandate ist die persönliche Empfehlung. Denn der Markt für Rechtsberatung ist äußerst unübersichtlich. Und anspruchsvolle Mandanten wollen sicher sein, dass sie die richtige Anwaltswahl treffen. Die Gelben Seiten liefern darüber keinerlei Auskunft. Deshalb verlassen sich viele potenzielle Mandanten auf Erfahrungen von Kollegen oder Freunden. Um neue Mandate zu akquirieren, empfiehlt es sich daher, dieses Empfehlungsnetzwerk zu unterstützen und auszubauen.

Suchen Sie diejenigen, die Sie empfehlen könnten! **Dies sind zunächst natürlich Ihre Mandanten. Wenn sie zufrieden sind, werden sie Ihre Leistungen gerne weiterempfehlen. Achten Sie deshalb darauf, offensichtlich zufriedene Mandanten mit Visitenkarten und Werbematerial zu versorgen und auf eine Empfehlung anzusprechen. Im nächsten Schritt überlegen Sie sich, wer Ihre Leistungen noch empfehlen könnte. Falls Sie sich auf Verkehrsrecht spezialisiert haben, könnten beispielsweise die umliegenden Autowerkstätten und Abschleppdienste Interesse daran haben, Ihre Kontaktdaten weiterzugeben. Identifizieren Sie entsprechende Multiplikatoren für Ihren Bereich und schreiben Sie sie an. Wichtig ist dabei, zu überlegen, welche Multiplikatoren auch selbst ein Interesse daran haben könnten, Sie zu empfehlen, weil sie damit ihren Kunden einen Mehrwert bieten.**

Unter **www.anwaelte-im-markt.de/fitmacher3** finden Sie den Mandantenflyer der BRAK, mit dem Mandanten Ihre Leistungen weiterempfehlen können.

4. Machen Sie Ihre Internetseite zum Aushängeschild!

Ein professioneller Auftritt im Internet ist für Anwälte inzwischen unverzichtbar. Zwar wird eine Internetseite alleine wohl nur wenige Mandanten zu Ihnen führen. Aber die Internetseite ist für viele potenzielle Mandanten der erste Eindruck, den sie von Ihrer Kanzlei bekommen. Denn gerade der anspruchsvolle Verbraucher sieht sich die Internetseite des Anwalts an, bevor er sich für ihn entscheidet. Eine schlechte und unprofessionell gestaltete Internetseite schreckt Mandanten ab. Eine gut gemachte Internetseite ist dagegen ein Aushängeschild, das Kompetenz und Aufgeschlossenheit vermittelt, Transparenz und Vertrauen schafft und potenziellen Mandanten das Gefühl gibt, mit Ihnen die richtige Wahl zu treffen.

Überprüfen Sie Ihre Internetseite! **Entspricht Sie den folgenden Mindestanforderungen?**

- ✓ Erfahren Mandanten, wer Sie (und Ihre Anwaltskollegen) sind?
- ✓ Erfahren Mandanten, was die Kernkompetenzen Ihrer Kanzlei sind?
- ✓ Erfahren Mandanten, wie und wann sie Ihre Kanzlei kontaktieren können?
- ✓ Erfahren Mandanten, welche Möglichkeiten der Abrechnung Sie bieten?
- ✓ Sind die Informationen auf Ihrer Seite noch aktuell?
- ✓ Sind die Texte kurz genug, um auf dem Bildschirm gelesen zu werden?
- ✓ Sind die Texte auch für Nicht-Juristen verständlich?
- ✓ Entspricht die Internetseite Ihrem einheitlichen Kanzleidesign?
- ✓ Nutzen Sie professionell gemachte Fotos der Anwälte und Mitarbeiter, die in einem einheitlichen Stil gehalten sind?
- ✓ Findet man Ihre Internetseite, wenn man Ihren Namen und den Ort Ihrer Kanzlei in eine Suchmaschine eingibt?

Ihre Internetseite sollte sich, wie der gesamte optische Auftritt Ihrer Kanzlei, nach einem einheitlichen Design („Corporate Design“ oder „CD“) richten. Mehr Informationen hierzu finden Sie unter **www.anwaelte-im-markt.de/fitmacher4**

5. Werben Sie mit Dienstleistungs-Versprechen!

Für Sie als Anwalt im Markt wird es immer wichtiger, nicht nur gut zu arbeiten, sondern Ihre Leistung auch gut zu kommunizieren. Kompetente Beratung erwartet der Mandant von jedem Anwalt. Erst durch die Art, wie Sie Ihre Beratung präsentieren, heben Sie sich von der Konkurrenz ab. Anspruchsvolle Mandanten erwarten eine Beratung, die genau auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist. Signalisieren Sie Ihren Mandanten und potenziellen Mandanten, dass Sie diesen Anspruch erfüllen.

Werben Sie damit, dass Sie die Bedürfnisse Ihrer Mandanten verstehen! **Definieren Sie zunächst, was diese Erwartungen sind. Benötigen Ihre Mandanten beispielsweise besonders schnelle Beratung, weil Ihre Kanzlei vor allem Unternehmer in einer schnelllebigen Branche berät? Oder ist eine verständliche Sprache besonders wichtig, weil in Ihre Kanzlei hauptsächlich Privatleute ohne juristische Erfahrung kommen? Stellen Sie die wichtigsten Erwartungen in einer Liste zusammen. Formulieren Sie daraus Ihre Versprechen an Ihre Mandanten. Ein Beispiel könnte sein: „Ich verspreche Ihnen: Auf jede Anfrage erhalten Sie innerhalb eines Arbeitstages eine Antwort. Ist dies nicht möglich, nennen wir Ihnen zumindest den Termin, zu dem Sie die Antwort erhalten.“ Damit zeigen Sie, dass Sie die Bedürfnisse Ihrer Mandanten kennen und ernst nehmen.**

Um Ihre Mandantenversprechen in ansprechende Werbematerialien umzusetzen, empfiehlt es sich, eine Agentur zu beauftragen. Auf unserer Internetseite finden Sie unter **www.anwaelte-im-markt.de/fitmacher5** eine Anleitung dazu, wie Sie Werbe-, PR- und Internetagenturen auswählen und führen. Auf der Internetseite finden Sie auch die Ergebnisse einer Studie der BRAK zum Image der Anwälte, die aufzeigt, was Mandanten von ihrem Anwalt erwarten.

6. Übersetzen Sie Ihre Fachsprache!

In Schriftsätzen oder im Gespräch mit Kollegen ist Fachsprache wichtig und unvermeidbar. Mandanten schreckt sie aber eher ab. Häufig besteht immer noch das Vorurteil, Anwälte seien schwer zu verstehen. Dem sollten Sie entgegenwirken. Kompetenz zeigen Sie nicht durch juristischen Nominalstil und komplizierte Rechtsbegriffe, sondern dadurch, dass Sie den Mandanten die relevanten Begriffe in verständlicher Sprache erklären.

Übersetzen Sie die folgenden zehn Fachbegriffe in Alltagssprache! **Sammeln Sie zehn weitere besonders wichtige Begriffe aus Ihrem Beratungsalltag und finden Sie eine Umschreibung mit einfachen Worten.**

1. Anspruchsgrundlage		**6. Widerruf**	
2. Beweislast		**7. Willenserklärung**	
3. Fahrlässigkeit		**8. Rechtsbehelf**	
4. Vorsatz		**9. Rechtskraft**	
5. Sachverhalt		**10. Verfügungsberechtigung**	

Versuchen Sie nun, in Mandantengesprächen mit Nicht-Juristen diese und andere juristischen Begriffe immer anhand der entsprechenden allgemein verständlichen Umschreibung zu erklären.

Unter **www.anwaelte-im-markt.de/fitmacher6** finden Sie erste Informationen zu dem im Rahmen der Initiative erscheinenden Langenscheidt Mandanten-Wörterbuch.

7. Veranstalten Sie Informationsabende mit Mehrwert!

Die Akquise eines neuen Mandanten ist rund fünfmal teurer als die Intensivierung einer bestehenden Geschäftsbeziehung. Deshalb ist die Bindung Ihrer Mandanten an die Kanzlei - sofern dies für Ihr Tätigkeitsfeld relevant ist - für die langfristige Kanzleientwicklung wichtig. Voraussetzung hierfür sind selbstverständlich zufriedene Mandanten – nur diese werden Ihre Beratung auch künftig in Anspruch nehmen. Mit ihnen sollten Sie regelmäßigen Kontakt suchen. Sie sollten ihnen zeigen, dass eine dauerhafte Bindung an Ihre Kanzlei für sie von Vorteil ist.

Laden Sie Ihre Mandanten zu Informationsabenden ein! **Dies kann eine Alternative sein, falls Ihnen die Erstellung eines regelmäßigen Newsletters zu aufwändig ist. Dabei geht es nicht um möglichst große oder häufige Veranstaltungen, die einen hohen Aufwand bedeuten würden. Viel wichtiger sind Themen und Anlässe, die für viele Ihrer Mandanten relevant sind, ihnen also einen Mehrwert bieten. Dies können gesetzliche Neuerungen sein oder rechtliche Fragen, die für Ihre Mandantschaft von grundsätzlicher Bedeutung sind. Konzentrieren Sie sich auf Themengebiete, die Sie als Kernzielgruppe und Kernkompetenzen für Ihre Kanzlei definiert haben. Auch für Anwälte mit einem breiten Themen- und Fachspektrum bieten Informationsveranstaltungen die Möglichkeit, sich in einzelnen Rechtsbereichen besonders zu profilieren. Mit dieser Form der Veranstaltung präsentieren Sie sich bei Ihren Mandanten als kompetenter Berater und Dienstleister.**

Auf unserer Internetseite finden Sie unter **www.anwaelte-im-markt.de/fitmacher7** eine kurze Anleitung, an was Sie bei der Vorbereitung eines Informationsabends denken müssen.

8. Stellen Sie den Beratungsablauf dar!

Nicht alle Mandanten wissen, wie die tägliche Arbeit eines Anwalts aussieht. Sie kennen nur den Teil Ihrer Arbeit, den sie sehen: die Beratungsgespräche und, in manchen Fällen, die Gerichtstermine. Daraus entstehen Spekulationen und Unsicherheiten. Viele Mandanten haben das Gefühl, nach der Mandatserteilung das Geschehen aus der Hand zu geben. Dem können Sie entgegenwirken, indem Sie Ihre Arbeit transparent machen. Denn anspruchsvolle Mandanten suchen einen Anwalt, der ihnen den gesamten Beratungsprozess verständlich vermittelt.

Stellen Sie Ihre Tätigkeiten in einem typischen Beratungsprozess dar! **Welche Schritte gibt es von der Erstberatung bis zur Abrechnung eines umfangreichen Mandates? Wann sprechen Sie mit Ihrem Mandanten über welche Themen? Wie läuft ein Gerichtsprozess ab? Sicherlich ist jeder Fall unterschiedlich gelagert. Aber es ist bestimmt möglich, bestimmte Grundmuster Ihrer Arbeit schriftlich darzustellen. Besonders hilfreich sind für Ihren Mandanten Checklisten: Welche Fragen sollte der Mandant schon vor der Beratung geklärt haben? Welche Unterlagen benötigen Sie? Machen Sie diese Listen möglichst konkret. Der Hinweis „Alle Unterlagen mitbringen" reicht nicht aus, wenn der Mandant nicht weiß, welche Unterlagen dazugehören. Diese Checklisten können Sie auf Ihrer Internetseite veröffentlichen oder bereits vor dem ersten Termin zuschicken. Dies erleichtert es dem Mandanten, sich richtig vorzubereiten. Gleichzeitig macht es Ihre Beratung effizienter und gibt Ihnen im Beratungsgespräch mehr Zeit, auf die individuellen Fragen des Mandanten einzugehen.**

Unter **www.anwaelte-im-markt.de/fitmacher8** finden Sie ein Beispiel, wie die Darstellung des Ablaufs bei einer zivilrechtlichen Beratung aussehen könnte.

9. Bringen Sie Transparenz in die Kostenberatung!

Laut einer Studie sind für 47 Prozent der Mandanten die Kosten der entscheidende Faktor bei der Anwaltswahl. Dementsprechend wichtig ist es, das Thema Honorar in der Beratung von Anfang an klar zu kommunizieren. Denn die wenigsten Mandanten kennen die umfangreichen Regelungen des Rechtsanwaltsvergütungsgesetzes. Aber sie erwarten von Ihnen als Anwalt ausführliche Beratung – auch über die Kosten Ihres Rechtsrats.

Entwickeln Sie Ihre persönliche Sprachregelung für die Honorarberatung! **Zu welchem Zeitpunkt im Erstberatungsgespräch sprechen Sie die Kosten an? Welche Alternativen in der Honorargestaltung wollen Sie Ihren Mandanten für die außergerichtliche Beratung anbieten (z.B. Stundenabrechnung, Pauschalhonorare)? Mit welchem Satz leiten Sie die Kostenberatung ein? Vermeiden Sie Sätze wie „Jetzt müssen wir noch über die Kosten reden". Sie signalisieren damit, dass Ihnen das Thema unangenehm ist. Sagen Sie stattdessen: „Ich schlage Ihnen vor, jetzt mit Ihnen über die Kosten zu sprechen, die auf Sie zukommen können." Wenden Sie Ihre Sprachregelung bei jedem Beratungsgespräch an. Wenn Sie nach RVG abrechnen, halten Sie Gebührentabellen in schriftlicher Form bereit, um dem Mandanten die Honorargestaltung zu erläutern.**

Unter **www.anwaelte-im-markt.de/fitmacher9** finden Sie Angebote der BRAK, mit denen Sie Ihre Mandanten über die Regelungen des Rechtsanwaltsvergütungsgesetzes informieren können.

10. Machen Sie den Dienstleistungs-Check!

Die wenigsten Mandanten können Ihre Arbeit fachlich genau beurteilen. Schließlich sind sie meist keine Rechtsexperten. Umso mehr beurteilen sie Ihre Leistung anhand von „weichen Faktoren". Und hier ist jeder Ihrer Mandanten Experte: Er weiß, wo er sich gut bedient, gut beraten und persönlich gut aufgehoben fühlt. Und nur dort wird er sich auch in Zukunft beraten lassen.

Überprüfen Sie Ihre Dienstleistungs-Orientierung! **Schätzen Sie ein, wie Sie die folgenden Kriterien im Vergleich zu anderen nicht-anwaltlichen Rechtsberatern erfüllen:**

Erfüllt meine Kanzlei...	Über Durchschnitt	Durchschnitt	Unter Durchschnitt
Ich spreche Risiken an und wecke keine unrealistischen Erwartungen.			
Ich spreche eine für meine Mandanten verständliche Sprache.			
Ich berate ausführlich und verständlich über mögliche Kosten.			
Ich informiere stets über den aktuellen Stand des Verfahrens.			
Ich lasse meine Mandanten bei Terminen nicht warten.			
Mein Büropersonal weiß, wann es Mandanten zu mir durchstellen muss.			
Ich bin für meine Mandanten schnell und unkompliziert erreichbar.			
Ich weise Mandanten auf relevante Entwicklungen hin, auch jenseits eines konkreten Mandats.			

Mit einem Mandantenfrageboten können sie für jeden Mandanten ein direktes Feedback zu Ihrem Service erfragen.

Unter **www.anwaelte-im-markt.de/fitmacher10** finden Sie die Vorlage für einen Mandantenfragebogen, mit dem Sie Ihre Leistungen von den Mandanten beurteilen lassen können.

Die nächsten Schritte

Wir hoffen, dass die „10 Fitmacher“ Sie angeregt haben, sich umfassender mit den Herausforderungen des Wettbewerbes zu beschäftigen. Dann finden Sie entsprechende Informationen in den Leitfäden der Initiative „Anwälte – mit Recht im Markt“. Sie vermitteln die notwendigen inhaltlichen Grundlagen, liefern Beispiele, geben Praxistipps und zeigen konkrete Mittel und Wege zur Umsetzung für die eigene Kanzlei auf. Die Leitfäden bieten einen umfassenden und vor allem praxisorientierten Einblick in die jeweiligen Themengebiete.

Leitfaden „Kanzleistrategie“:
Kanzleien ohne klar erkennbares Profil sind am meisten durch den härter werdenden Wettbewerb gefährdet. Dieser Leitfaden zeigt, wie Sie als Anwalt für Ihre Kanzlei ein klar definiertes Profil entwickeln können. Aufbauend auf der Analyse der eigenen Positionierung im Markt und der eigenen Stärken und Schwächen geht es um die Entwicklung einer klar fokussierten Geschäftsstrategie.

Leitfaden „PR & Werbung“:
Der zweite Leitfaden baut direkt auf der Thematik des ersten Leitfadens auf. Er behandelt die Frage, wie Sie Ihre Positionierung im Markt durch eine schlüssige und zielgerichtete Kommunikation nach außen bekannt machen. Er liefert Ihnen praktische Anleitungen dazu, wie Sie das optische Erscheinungsbild vereinheitlichen, Werbung gezielt einsetzen und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Ihre Kanzlei betreiben. Dabei geht er auch auf rechtliche Fragen ein und liefert Tipps, wie sie Kommunikationsdienstleister und Werbeagenturen finden und anleiten.

Leitfaden „Mandantenbindung & Mandantenakquise“:
Der dritte Leitfaden zeigt, wie es der Kanzlei gelingen kann, sich einen festen Kundenstamm zu erarbeiten und diese Kunden nachhaltig an ihre Kanzlei zu binden. Dabei wird dargestellt, wie der Anwalt Erkenntnisse über seine Mandanten gewinnen und systematisch zur Verbesserung des Mandanten-Anwalts-Verhältnisses nutzen kann. Der Leitfaden bietet die Grundlagen dafür, sich mit einem wachsenden Kundenstamm nachhaltig auf dem Markt zu etablieren.

Die einzelnen Leitfäden werden im Laufe der Initiative veröffentlicht. Über die jeweils neuesten Angebote der BRAK im Rahmen der Initiative „Anwälte – mit Recht im Markt“ informiert ein regelmäßiger elektronischer Newsletter. Unter **www.anwaelte-im-markt.de** können Sie diesen exklusiven Anwalts-Newsletter kostenlos abonnieren.



Impressum:

Herausgeber und verantwortlich: Bundesrechtsanwaltskammer
RA Stephan Göcken, Sprecher der Geschäftsführung der BRAK
Littenstraße 9
D-10179 Berlin
Telefon: 030 - 28 49 39-0
Telefax: 030 - 28 49 39-11
Internet: www.brak.de
E-Mail: zentrale@brak.de

Konzept und Redaktion: Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation GmbH
Gestaltung: Hesselbom Berlin GmbH
1. Auflage: Februar 2006



BUNDESRECHTSANWALTSKAMMER

ANWÄLTE
MIT RECHT
IM MARKT
WWW.ANWAELTE-IM-MARKT.DE